

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya perusahaan dalam menjalankan bisnis lebih mengutamakan profitabilitas untuk keberlangsungan perusahaan di masa depan. Dari aspek ekonomi, selama ini sebagian besar perusahaan masih menganut doktrin ekonomi klasik yaitu “*maximization profit*” sebagaimana dinyatakan oleh Adam Smith bahwa tujuan utama perusahaan adalah menekan biaya serendah mungkin dan meningkatkan efisiensi setinggi mungkin demi memaksimalkan laba.

Untuk mendapatkan laba yang maksimal, perusahaan dapat melakukan berbagai cara, seperti meningkatkan produksi, memaksimalkan penjualan, menguasai pasar, bahkan banyak cara lain yang dilakukan dan tidak diketahui oleh sebagian masyarakat luar. Banyak perusahaan dalam mendapatkan laba dengan mengabaikan kewajiban-kewajiban yang seharusnya dilakukan sebagai badan usaha yang berbadan hukum. Kewajiban-kewajiban tersebut seperti *Good Corporate Governance* (GCG), tanggung jawab lingkungan, tanggungjawab pengelolaan sumberdaya alam, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Salah satu perusahaan yang memiliki kontribusi besar dalam perekonomian Indonesia adalah perusahaan rokok.

Industri rokok sekarang telah menjelma menjadi perusahaan raksasa di Indonesia dan secara langsung memberikan pengaruh terhadap lingkungan

ekonominya (Puspitasari, 2011). Industri rokok memberikan manfaat bagi lingkungan ekonominya seperti membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, mendorong pergerakan perekonomian suatu daerah dan memberikan kontribusi pendapatan melalui bea cukai rokok. Tetapi industri rokok juga memiliki efek negatif bagi pengguna dan lingkungan perusahaan, seperti membuat pekerja terkena berbagai macam penyakit karena zat yang berbahaya terkandung dalam rokok, bertambahnya perokok di Indonesia yang dikarenakan pergaulan remaja yang awalnya mencoba kemudian efek selanjutnya menjadi kecanduan merokok. Karena banyaknya efek negatif dari rokok ini yang dapat membahayakan kesehatan manusia membuat perusahaan ingin menutupinya dengan menyelenggarakan berbagai macam kegiatan diantaranya, seperti Djarum Super yang merupakan brand rokok yang sering mensponsori acara olah raga seperti liga djarum, beasiswa Djarum, Marlboro yang mensponsori Ferrari dan ducati, kemudian *lucky strike* yang di produksi oleh *British American Tobacco* yang menjadi sponsor utama dari *British American Racing* dari tahun 1999-2005 dan Honda F1 tahun 2006. Begitu banyak kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan memberikan bukti bahwa kegiatan sosial ini bermanfaat untuk tujuan jangka panjang perusahaan.

Tanggung jawab sosial ini sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-undang tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial

dan lingkungan”. Inilah yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa ”setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Ketentuan inilah yang menjadikan dasar dalam pentingnya untuk mengungkapkan CSR untuk keberlangsungan perusahaan di masa mendatang dan untuk mensejahterakan umat.

Tanggung jawab sosial atau CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*Shareholder*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*Stakeholder*) Azheri (2012).

Berdasarkan penelitian Prabawati dan Roekhudin (2014) tentang *Disclosure Of Corporate Social Responsibility In The Annual Sustainability Report Based Global Based On Global Reporting Initiative Guidelines* menunjukkan bahwa Holcim memiliki tingkat kinerja tanggung jawab sosial yang baik dengan peningkatan kinerja pelaporan tanggung jawab sosial yang meningkat antar periode penelitian. Kondisi ini memberikan manfaat yang signifikan bagi *stakeholder* yang mencakup ketersediaan lapangan kerja dan pengembangan infrastruktur bagi masyarakat maupun lingkup pemerintahan (sosial), terjaganya kondisi lingkungan dan keanekaragaman hayati terkait dengan kemampuan perusahaan untuk menghilangkan unsur polutan dari limbah (lingkungan), serta terjaganya operasional perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian lain dengan objek yang sama juga menunjukkan bahwa berdasarkan penelitian Naraduhita dan Sawarjuwono (2012) tentang *Corporate Social Responsibility*: Upaya Memahami Alasan Dibalik Pengungkapan CSR menunjukkan Sampoerna memiliki kinerja sosial yang baik dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pengentasan kemiskinan, pendidikan, pelestarian lingkungan, penanganan bencana alam dan kegiatan sosial karyawan. Dengan program tersebut maka dapat meningkatkan *corporate image* yang baik di masyarakat, supaya perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

Penelitian Rohmah (2013) tentang Analisis Penerapan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan (studi pada PT HM Sampoerna Tbk) menunjukkan bahwa Profitabilitas perusahaan yang diukur dengan rasio ROA sesudah menerapkan CSR pada tahun 2008-2012 secara rata-rata mengalami peningkatan. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba terus mengalami peningkatan setelah menerapkan CSR.

Penelitian Larasati dan Rikumahu (2012) tentang Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan Produsen Rokok Di Indonesia menunjukkan Sampoerna memiliki aktivitas sosial yang baik. Kondisi ini ditunjukkan dengan kegiatan meningkatkan ekonomi masyarakat setempat, pelestarian lingkungan, pendidikan, dan penanggulangan bencana. Dari CSR, perusahaan memperoleh manfaat yang sangat berkaitan dengan manajemen reputasi. CSR yang semula merupakan kegiatan kemanusiaan berubah menjadi *strategic philanthropy*, yang merupakan strategi perusahaan dan dikelola secara profesional.

Dari penelitian penelitian tersebut menunjukkan bahwa perseroan lebih mementingkan reputasi perusahaan dimana supaya perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu, juga untuk membina hubungan yang baik dengan masyarakat, khususnya yang berada di sekitar wilayah operasi perusahaan, tujuannya adalah supaya proses bisnis perusahaan dapat berjalan dengan lancar karena mendapat dukungan dari masyarakat.

Dengan adanya UU No. 40 Tahun 2007, teori, dan penelitian terdahulu menjadikan pentingnya perusahaan dalam mengungkapkan CSR dan bagaimana implementasi mengungkapkan CSR dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan dan bermanfaat secara jangka panjang. PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (Sampoerna) merupakan salah satu pemimpin produsen rokok di Indonesia. PT HM Sampoerna Tbk. (Sampoerna), melalui payung program CSR 'Sampoerna untuk Indonesia', mendapatkan kehormatan dinobatkan sebagai pemenang dua kategori, yaitu *Social Empowerment* dan *Responsible Business Leader* dalam ajang *Asia Responsible Entrepreneurship Awards (AREA) 2015*, sebuah penghargaan tanggung jawab sosial/*Corporate Social Responsibility (CSR)* internasional tahunan bergengsi yang diselenggarakan oleh Enterprise Asia di Macau pada tahun 2015. Dengan memperoleh penghargaan CSR dari berbagai insan membuat peneliti ingin melakukan penelitian tentang Analisis Tren Pengungkapan CSR pada PT HM Sampoerna Tbk. Periode 2005-2014. Penelitian ini akan melihat tren CSR *disclosure* dan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dimasa mendatang. Dengan melihat kondisi tren CSR tersebut maka perusahaan akan mengetahui manfaat dalam

melaksanakan CSR. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan analisis tren dengan periode 10 tahun sehingga dapat menggambarkan kondisi tanggung jawab sosial perusahaan antar periode.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana tren pengungkapan CSR pada PT HM Sampoerna Tbk.
Periode 2005-2014 ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk menganalisis bagaimana tren CSR *disclosure* pada PT HM Sampoerna Tbk. Periode 2005-2014

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi pada pengembangan akuntansi keuangan, terutama mengenai bagaimana pengungkapan CSR dapat memberikan nilai positif bagi kinerja keuangan perusahaan.
2. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi manajemen, terutama mengenai bagaimana pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang kemudian diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

3. Memberikan kontribusi praktis bagi manajemen perusahaan, terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang sejenis dengan obyek yang berbeda.

